

This Page Is Inserted by IFW Operations
and is not a part of the Official Record

BEST AVAILABLE IMAGES

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images may include (but are not limited to):

- BLACK BORDERS
- TEXT CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES
- FADED TEXT
- ILLEGIBLE TEXT
- SKEWED/SLANTED IMAGES
- COLORED PHOTOS
- BLACK OR VERY BLACK AND WHITE DARK PHOTOS
- GRAY SCALE DOCUMENTS

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

**As rescanning documents *will not* correct images,
please do not report the images to the
Image Problem Mailbox.**

Requested Patent: DE19528911A1
Title: ;
Abstracted Patent: DE19528911 ;
Publication Date: 1997-02-13 ;
Inventor(s): GOLDSCHEIDER DANIEL (AT) ;
Applicant(s): FRIDLEY TECHN LTD (VG) ;
Application Number: DE19951028911 19950807 ;
Priority Number(s): DE19951028911 19950807 ;
IPC Classification: H04N1/00 ; H04M11/00 ; G06F17/60 ;
Equivalents: WO9706636

ABSTRACT:

In telecommunications systems for the transmission of visual information, such as the world-wide system referred to as Internet, visual information can be called up on a screen by the user. In order to place publicity with light system-user acceptance in such a system, optionally with an easy way of ordering the product or service advertised, the invention proposes that the advertisement is transmitted as auxiliary visual information and automatically displayed in part of the display area of the screen together with other visual information over which the user can navigate without any hindrance. The size of the part of the display area in which the auxiliary information is displayed cannot be changed by the user or, alternatively, this part of the display area cannot be reduced below a certain size.

⑧ BUNDESREPUBLIK
DEUTSCHLAND



DEUTSCHES
PATENTAMT

⑫ Offenlegungsschrift
⑬ DE 195 28 911 A 1

⑤ Int. Cl. 8:
H 04 N 1/00
H 04 M 11/00
G 06 F 17/80

DE 195 28 911 A 1

⑯ Aktenzeichen: 195 28 911.0
⑯ Anmeldetag: 7. 8. 95
⑯ Offenlegungstag: 13. 2. 97

⑰ Anmelder:
Fridley Technologies Ltd., British Virgin Islands, VG
⑰ Vertreter:
Konle, T., Dipl.-Ing., Pat.-Anw., 81247 München

⑰ Erfinder:
Goldschneider, Daniel, Wien, AT

⑭ System zum Übertragen und Wiedergeben von visuellen Informationen
⑮ In einem Telekommunikationssystem für visuelle Informationen, wie es beispielsweise unter der Bezeichnung Internet weltweit verbreitet ist, sind die visuellen Informationen auf Befehl des Benutzers in der Weise abrufbar, daß sie auf einem Bildschirm bzw. Display in Form eines skalierbaren Fensters mit frei navigierbarem Inhalt wiedergegeben werden. Um in einem solchen System Werbeinhalte mit hoher Akzeptanz von Seiten der Systembenutzer zu platzieren und gegebenenfalls eine bequame Bestellmöglichkeit für die beworbenen Produkte und Dienstleistungen anzugeben, wird vorgeschlagen, eine Werbemitsellung als visuelle Zusatzinformation zu übertragen und in einem Teil des skalierbaren Fensters automatisch zusammen mit dem frei navigierbaren Inhalt des skalierbaren Fensters wiederzugeben. Der Teil des skalierbaren Fensters, in welchem die visuelle Zusatzinformation wiedergeben wird, ist in seiner Größe vom Benutzer nicht veränderbar oder nicht unter eine bestimmte Mindestgröße verkleinerbar.

DE 195 28 911 A 1

Beschreibung

Die Erfindung bezieht sich auf ein System gemäß dem Oberbegriff des Patentanspruchs 1. Ein derartiges System ist beispielsweise unter der Bezeichnung "Internet" weltweit verbreitet.

In digitalen Telekommunikationsnetzen werden visuelle Informationen in Form von Schrift, Grafiken und/oder Bildern übertragen. Die Wiedergabe der empfangenen, dekodierten und zwischengespeicherten visuellen Informationen erfolgt in beliebiger Reihenfolge und Zusammenstellung auf Abrufbefehl eines Benutzers auf einem Bildschirm bzw. Display in Form eines skalierbaren Fensters mit frei navigierbarem Inhalt. Die Übertragung von Werbeinhalten bietet sich bei derartigen visuellen Telekommunikationssystemen geradezu an und wird im Falle von Versandhauskatalogen auch praktiziert, doch setzt die Wiedergabe der Werbebotschaft stets voraus, daß der Systembenutzer die Werbung gezielt abruft.

Es ist ferner bekannt, in Fernseh-Werbesendungen Produkte und Dienstleistungen vorzustellen und am Ende der Werbesendung getrennt für jedes Land die Preise und die Telefonnummern anzugeben, unter welchen die zuvor beworbenen Produkte bestellt werden können. Dieses sogenannte "Teleshopping" hat jedoch den Nachteil, daß von Fernsehteilnehmer die betreffenden Telefonnummern mitgeschrieben werden müssen; außerdem leidet der unmittelbare Bezug zwischen der fernsehmäßigen Präsentation des Produktes und der Anzeige von Preis und Telefonnummer.

Die Aufgabe der Erfindung besteht demgegenüber darin, Werbeinhalte in einem Telekommunikationssystem der eingangs erwähnten Art mit hoher Akzeptanz von Seiten der Systembenutzer zu plazieren und gegebenenfalls eine bequeme Bestellmöglichkeit für die beworbenen Produkte und Dienstleistungen anzugeben.

Diese Aufgabe wird erfundungsgemäß durch die kennzeichnenden Merkmale des Patentanspruchs gelöst.

Vorteilhafte Ausgestaltungen und Weiterbildungen der erfundungsgemäßen Systems ergeben sich aus den Unteransprüchen.

Die Erfindung geht von der Überlegung aus, die Akzeptanz von Werbeinhalten bei Benutzern von digitalen Telekommunikationssystemen dadurch zu erhöhen, daß dem Benutzer die Telekommunikationsgebühren teilweise oder vollständig zurückerstattet werden, wenn er bei Wahl einer entsprechenden Wiedergabeart bereit ist, einen Teil des skalierbaren Fensters auf seinem Bildschirm bzw. Display für eine von ihm nicht beeinflußbare Wiedergabe eines Werbeinhaltes zur Verfügung zu stellen.

Einzelheiten der Erfindung werden im folgenden an Hand eines in der Zeichnung veranschaulichten Beispiels näher erläutert. Die einzige Figur zeigt den rechten Teil eines skalierbaren Fensters auf dem Bildschirm bei Benutzung eines digitalen Telekommunikationssystems.

In der Figur ist mit 1 eines skalierbaren Fenster bezeichnet, welches durch Anklicken der Pfeilsymbole an den vertikalen Randleisten 2 oder den horizontalen Randleisten 3 zoomartig vergrößert oder verkleinert werden kann. Erfundungsgemäß wird die Nutzinformation, welche in dem digitalen Telekommunikationsnetz von dem Benutzer empfangen und abgerufen wird, nicht auf der gesamten Fläche des Fensters 1 wiedergegeben, sondern nur auf der Fensterfläche 10, welche allerdings

den überwiegenden Teil der Gesamtfläche des Fensters ausmacht. Der restliche, mit 20 bezeichnete Teil der Gesamtfläche des Fensters 1 wird bei Wahl einer entsprechenden Wiedergabeart zur Wiedergabe einer Werbebotschaft benutzt welche als visuelle Zusatzinformation in dem digitalen Telekommunikationsnetz übertragen wird. Auf dem im folgenden als "Zusatzfenster" bezeichneten oberen, kleineren Teil der Gesamtfläche des Fensters 1 wird der Bildinhalt 21 der Werbebotschaft mit einem mehr oder weniger großen Einfassungsrand 22 wiedergegeben.

Die Größe des Zusatzfensters 20 ist nicht veränderbar oder nicht unter eine bestimmte Größe verkleinbar. Dies bedeutet, daß auch das Nutzfenster 10 bzw. 15 das gesamte skalierbare Fenster 1 nicht beliebig verkleinbar sind, sondern nur in einem gewissen Ausmaß. Der Grund besteht darin, daß der Benutzer bei Inanspruchnahme der Gebührenvorteile dieser Wiedergabeart die im Zusatzfenster ohne seine Einflußnahme wieder gegebene Werbebotschaft gut erkennen soll. Das Zusatzfenster 20 bzw. die entsprechende visuelle Zusatzinformation im Telekommunikationsnetz wird als Werbefläche von dem Netzbetreiber an Werbekunden vermietet. Die Mieteinnahmen kommen dem Benutzer, sofern er sich für die Wiedergabeart gemäß Fig. 1 entschieden hat, in Form einer Reduktion seiner Telekommunikationsgebühren zugute.

Ein derartiges passives, bewußt vom Benutzer akzeptiertes Werbemedium läßt sich besonders vorteilhaft zu einem Verkaufsmedium weiterbilden, wenn der Benutzer die Möglichkeit hat, die auf der Zusatzfläche 20 seines skalierbaren Fensters 1 beworbenen Produkte oder Dienstleistungen sofort per Tastendruck zu bestellen. Hierzu werden in die visuelle Zusatzinformation eine oder mehrere Telekommunikationsnummern eingefügt.

Selektiert der Benutzer die auf der Zusatzfläche 20 sichtbar gemachte Telekommunikationsnummer oder ein entsprechendes Symbol in besonders zweckmäßiger Weise mit dem Cursor, so wird die betreffende Telekommunikationsnummer automatisch angewählt. Gegenüber dem sogenannten "Tele-Shopping" hat das die Vorgehensweise den Vorteil, daß sich der Benutzer bereits in dem Telekommunikationsnetz befindet und daher nicht erst von dem Fernsehnetz zu dem Telekommunikationsnetz wechseln muß. Außerdem muß er sich keine Telekommunikationsnummer notieren, sondern kann diese Nummer bequem durch Anklicken einer Maustaste oder dergleichen anwählen. Die Verwendung von zwei oder mehreren Telekommunikationsnummern innerhalb einer Werbemittelung ist sinnvoll, wenn beispielsweise von einem beworbenen Produkt mehrere Modelle und/oder Größen angeboten werden und sich der Benutzer für eine Alternative entscheiden kann. Jeder der angebotenen Alternative ist dann eine zugehörige Telekommunikationsnummer oder ein entsprechendes Symbol visuell auf der Werbefläche zugeordnet.

Kommt nach der automatischen Wahl der Telekommunikationsnummer die Verbindung zustande, überträgt der Benutzer über die Verbindungsleitung eine Identifikationsnummer, welche beispielsweise seine eigene Rufnummer sein kann. Der erfolgreiche Aufbau der Verbindung kann dem Benutzer auf dem Zusatzfenster 20 optisch angezeigt werden. Der gerufene Teilnehmer, z. B. eine Bestellzentrale, übermittelt über die Leitungsverbindung an den Benutzer eine Bestätigungsmeldung, die ebenfalls auf dem Zusatzfenster 20 des Benutzers optisch angezeigt werden kann.

Auf die vorstehend dargelegte Weise läßt sich ein Kauf vom "Bürosessel" aus für Benutzer digitaler Telekommunikationssysteme, z. B. von Internet, verwirklichen, wobei der Benutzer zusätzliche Gebührenvorteile für seine Benutzung des digitalen Telekommunikationssystems in Anspruch nehmen kann. Es versteht sich, daß die Erfindung nicht auf digitale Telekommunikationssysteme wie Internet beschränkt ist, sondern ebensogut auch auf andere Telekommunikationssysteme einschließlich Bildtelefonsysteme angewandt werden kann. 10

Patentansprüche

1. System zum Übertragen und Wiedergeben von visuellen Informationen in Form von Schrift, Grafiken und/oder Bildern in einem digitalen Telekommunikationsnetz, bei dem die visuellen Informationen empfängerseitig dekodiert, zwischengespeichert und in beliebiger Reihenfolge und Zusammensetzung auf Befehl eines Benutzers in der Weise abrufbar sind, daß sie auf einem Bildschirm bzw. Display in Form eines skalierbaren Fensters mit frei navigierbarem Inhalt wiedergegebbar sind, dadurch gekennzeichnet, daß in dem digitalen Telekommunikationsnetz eine visuelle Zusatzinformation übertragen und in einem Teil (20) des skalierbaren Fensters (1) automatisch zusammen mit dem frei navigierbaren Inhalt des skalierbaren Fensters (1) wiedergebbar sind. 20
2. System nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, daß der Teil (20) des skalierbaren Fensters (1), in welchem die visuelle Zusatzinformation wiedergeben wird, in seiner Größe vom Benutzer nicht veränderbar ist. 30
3. System nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, daß der Teil (20) des skalierbaren Fensters (1), in welchem die visuelle Zusatzinformation wiedergeben wird, vom Benutzer nicht unter eine bestimmte Mindestgröße verkleinerbar ist. 35
4. System nach einem oder mehreren der Ansprüche 1 bis 3, dadurch gekennzeichnet, daß die visuelle Zusatzinformation eine Werbemitteilung enthalten kann. 40
5. System nach einem oder mehreren der Ansprüche 1 bis 4, dadurch gekennzeichnet, daß die visuelle Zusatzinformation eine Information über eine Telekommunikationsnummer enthalten kann, die auf Befehl des Benutzers automatisch angewählt wird. 45
6. System nach einem oder mehreren der Ansprüche 1 bis 4, dadurch gekennzeichnet, daß die visuelle Zusatzinformation eine Information über zwei oder mehrere Telekommunikationsnummern mit zugehörigen Text- und/oder Grafikerauflösungen enthalten kann, und daß der Benutzer von den wiedergegebenen Telekommunikationsnummern eine passende Telekommunikationsnummer anhand der ebenfalls wiedergegebenen Erläuterungen selektiert, die auf Befehl des Benutzers automatisch angewählt werden kann. 55 60
7. System nach Anspruch 5 oder 6, dadurch gekennzeichnet, daß bei Anwahl der Telekommunikationsnummer der erfolgte Aufbau der Telekommunikationsverbindung durch eine Bestätigungsinformation in dem skalierbaren Fenster (1) angezeigt werden kann. 65
8. System nach einem der Ansprüche 5 bis 7, dadurch gekennzeichnet, daß nach erfolgtem Aufbau

der Telekommunikationsverbindung automatisch oder auf weiteren Befehl des Benutzers ein Bestellvorgang für ein Produkt oder eine Dienstleistung ausgelöst wird, für welche(s) mit der momentan wiedergegebenen Zusatzinformation geworben werden kann.

9. System nach Anspruch 8, dadurch gekennzeichnet, daß bei dem Bestellvorgang eine Identifikationsnummer des Benutzers über die aufgebauten Telekommunikationsverbindung zu dem angerufenen Telekommunikationsteilnehmer übertragen werden kann.

10. System nach Anspruch 8 oder 9, dadurch gekennzeichnet, daß bei dem Bestellvorgang eine Bestätigungsinformation von dem angerufenen Telekommunikationsteilnehmer zu dem Benutzer über die aufgebauten Telekommunikationsverbindung übertragen und in dem skalierbaren Fenster (1) wiedergegeben werden kann.

Hierzu 1 Seite(n) Zeichnungen

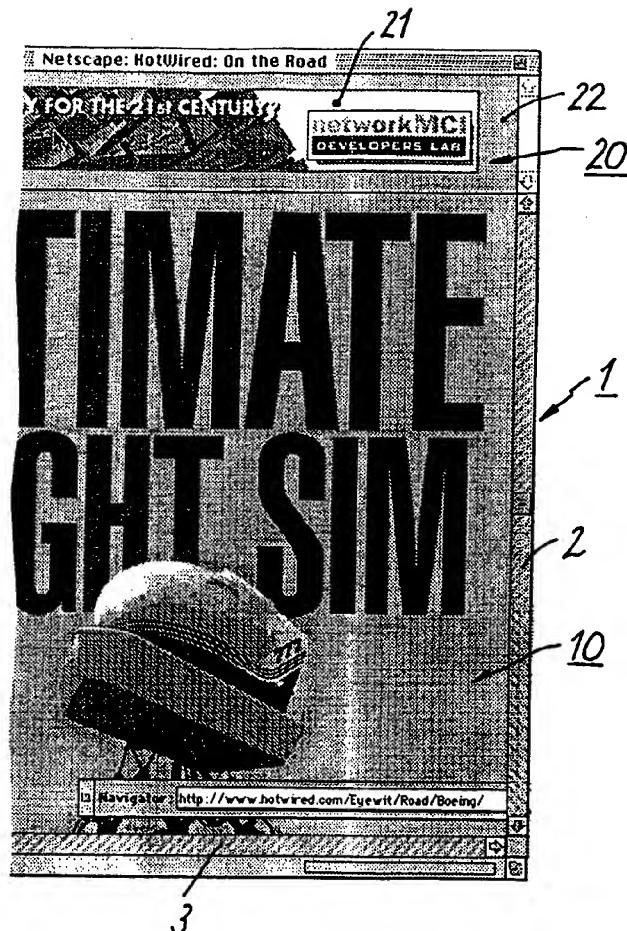


FIG. 1